

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini tergolong dalam kategori penelitian lapangan, yang berarti penelitian ini dilakukan dengan metode sistematis yang melibatkan pengumpulan data langsung di lapangan guna mendapat informasi aktual. Dalam konteks ini, peneliti secara langsung melakukan studi lapangan untuk menginvestigasi dampak harga, iklan, dan elektronik word of mouth terhadap minat pengguna aplikasi ojek online Grab di Kabupaten Kudus.⁶⁰

Dipenelitian ini, peneliti menerapkan metode kuantitatif, yang melibatkan pengumpulan data berupa angka, diikuti oleh analisis data, dan akhirnya disajikan dalam bentuk hasil akhir. Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan penelitian sosial yang sistematis yang digunakan oleh peneliti.⁶¹ Secara singkat, penelitian kuantitatif ialah pendekatan yang fokus pada pengukuran objektif fenomena sosial melalui variabel dan indikator, menghasilkan laporan dengan data berupa angka atau bilangan sebagai jawaban pasti terhadap pertanyaan penelitian..

B. Setting Penelitian

Lokasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini ialah Kabupaten Kudus. Peneliti memilih Kabupaten Kudus sebagai lokasi penelitian karena banyaknya penduduk di sana yang mengandalkan Grab sebagai sarana transportasi untuk mengoptimalkan waktu dan memudahkan kegiatan harian mereka.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat dijelaskan sebagai totalitas dari kelompok di mana data dikumpulkan, dan ini mencakup semua subjek penelitian yang menjadi fokus dan sumber data penelitian. Subjek penelitian ini bisa berupa manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, serta sikap

⁶⁰ Bungaran Antonius Simanjuntak, *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)*, ed. Anung H (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2009). Hal 12

⁶¹ Aries Veronica et al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Rahmi Hidayanti and Salsabila Syafni Aulia (Padang, Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022). Hal 31

terhadap kehidupan.⁶² Dengan kata lain, populasi ialah keseluruhan individu atau subjek yang berkarakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh seorang peneliti untuk tujuan penelitian, yang kemudian digunakan untuk mengambil simpulan.

Dipenelitian ini, menggunakan sampel masyarakat di Kabupaten Kudus yang berjumlah 852.443 individu.⁶³ Namun, populasi yang menjadi fokus penelitian ialah konsumen di Kabupaten Kudus yang menampakkan minat atau telah menggunakan aplikasi ojek online Grab, meskipun jumlah mereka belum diketahui.

2. Sampel

Sampel ialah bagian kecil yang mewakili keseluruhan populasi dan karakteristiknya, digunakan untuk mewakili gejala yang diamati dipenelitian. Sampel digunakan sebagai representasi dari populasi yang lebih besar, dengan harapan bahwasanya hasilnya mencerminkan sifat keseluruhan populasi.⁶⁴

Dipenelitian ini, digunakan metode pengambilan sampel non probabilitas, yang berarti sampel diambil tanpa memberi peluang yang sama kepada setiap elemen populasi. Teknik yang digunakan ialah purposive sampling, dimana sampel dipilih didasarkan atas pertimbangan tertentu, dengan kriteria tertentu yang menjadi acuan dipenelitian ini ialah sebagai berikut:

- a.) Masyarakat yang tinggal di Kabupaten Kudus
- b.) Konsumen yang berminat untuk menggunakan aplikasi Grab
- c.) Konsumen yang berminat dalam menggunakan transportasi online menggunakan aplikasi Grab kurang dari 3 kali.

⁶² Aysyah Rengganis et al., *Penelitian Dan Pengembangan*, ed. Ronal Watrianthos and Janner Simarmata (Medan, 2021).Hal 36

⁶³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus(Statistics of Kudus), “BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN KUDUS,” 2023, <https://kuduskab.bps.go.id/indicator/12/43/1/jumlah-penduduk-kudus-menurut-jenis-kelamin.html>. <https://kuduskab.bps.go.id/indicator/12/43/1/jumlah-penduduk-kudus-menurut-jenis-kelamin.html>

⁶⁴ Eko Sudarmanto et al., *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*, ed. Ronal Watrianthos and Janner Simarmata (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021).Hal 141

Dipenelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. Menurut Sugiyono, ketika kita tidak memiliki informasi yang pasti terkait jumlah populasi dalam suatu penelitian, kita dapat menghitung sampel dengan menggunakan rumus Cochran.⁶⁵

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = kuantitas sampel yang diperlukan

z = harga kurva normal dengan deviasi 5%, dengan nilai yaitu 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) = 105 setara dengan (0,1)

Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus diatas diperoleh hasil sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \\ &\quad \cdot (0,1) \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Peneliti memutuskan untuk meningkatkan jumlah sampel menjadi 100 responden dalam perhitungan ini, karena hal ini dapat mengurangi kemungkinan kesalahan generalisasi, mengingat jumlah sampel yang mendekati populasi umum seharusnya minimal 96 responden.

D. Identitas Variabel

Menurut para ahli, variabel merupakan suatu besaran yang bisa diubah atau bervariasi dan memiliki potensi untuk memengaruhi peristiwa atau hasil dari sebuah penelitian.⁶⁶ Variabel penelitian ialah segala sesuatu yang akan menjadi subjek pengamatan dipenelitian tersebut. Variabel yang digunakan dipenelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Definisi Variabel Independen ialah bahwasanya ini merujuk pada atribut atau karakteristik yang memiliki potensi untuk memengaruhi atau memiliki efek terhadap Variabel

⁶⁵ Sartika, *Analisis Framwork S-O-R Mengenai Online Shopping Value Dan Web Satisfaction Terhadap Purchase Intentionf*, ed. Muhammad Fikri Aransyah, Dr. Finnah Fourqoniah, and Wira Bharata (Klaten, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2022).Hal 17

⁶⁶ R Wilya Achmad and Yuliana, *Metode Penelitian Sosial*, ed. Paput Tri Cahyono (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2022).

Dependennya.⁶⁷ Variabel independen biasanya disebut sebagai variabel independen. Variabel ini dilambangkan dengan variabel X dalam penelitian ini. Harga (X3), iklan (X2), dan electronic word-of-mouth (X1) merupakan variabel independen yang dipertimbangkan dalam penelitian ini.

2. Variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat, ialah atribut atau karakteristik yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen. Ini ialah komponen utama dipenelitian, dan dalam konteks ini, sering disebut sebagai Variabel Y. Dipenelitian ini, contoh dari variabel terikat ialah minat pengguna (Y).

E. Variabel Operasional

Variabel operasional ialah cara untuk mengukur atau menggambarkan variabel dalam konteks penelitian, sehingga dapat diukur secara praktis dan digunakan dalam analisis.⁶⁸ Ini melibatkan pengembangan instrumen dan sumber pengukuran sebelum menganalisis variabel tersebut. Variabel operasional pada penelitian ini yaitu :

Tabel 3. 1. Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Daya tarik iklan (X1)	Iklan ialah bentuk komunikasi khusus yang digunakan dalam kegiatan pemasaran. Iklan merupakan cara untuk menyampaikan pesan kepada target audiens melalui media, tanpa	1) Ketertarikan konsumen ketika menonton iklan 2) Keunikan yang terkandung dalam iklan 3) Iklan yang informatif 4) Kejelasan iklan 5) Keinginan membeli produk yang ditampilkan dalam iklan	<i>Likert</i>

⁶⁷ MPd.I Dr.H. Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, ed. Mardilah Astuti (Prenada Media Group, 2018). Hal 47

⁶⁸ Andrew Fernando Pakpahan et al., *Metodologi Penelitian Ilmiah*, ed. Abdul Karim and Janner Simarmata (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021).Hal 63

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	melibatkan interaksi personal antara pengirim pesan dan penerima pesan. ⁶⁹		
<i>Electronic Word of Mouth</i> (X2)	Ewom merupakan Evaluasi pelanggan yang disampaikan dalam bentuk pernyataan, baik itu ulasan positif atau negatif, terkait suatu produk atau perusahaan, yang dapat diakses oleh banyak orang atau lembaga melalui internet, dapat disebut sebagai ekspresi digital pengguna. ⁷⁰	1) Intensitas. Yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> - Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial 2) <i>Valence of Opinion</i> . Yang meliputi : <ul style="list-style-type: none"> - Pendapat positif - Pendapat negatif 3) <i>Content</i> (Konten). Yang meliputi : <ul style="list-style-type: none"> - Informasi variasi produk/ layanan - Informasi kualitas produk/layanan - Informasi mengenai harga yang ditawarkan oleh produk/layanan 4) Ewom Quantity	<i>Likert</i>
Harga (X3)	Harga ialah jumlah uang yang dikenakan pada suatu produk atau	1) Keterjangkauan Harga 2) Kesesuaian Harga dengan Mutu Produk 3) Daya Saing Harga 4) Kesesuaian Harga	<i>Likert</i>

⁶⁹ Imam Mukti, S.Sos. and Nurdyansa, S.I.P., *Representasi Perempuan Dalam Iklan*.

⁷⁰ Sukoco, *New Komunikasi Pemasaran: Teori Dan Aplikasinya*. Hal 165

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	layanan, atau jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk manfaat yang diberikan oleh memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. ⁷¹	dengan Manfaatnya	
Minat (Y)	Minat ialah sebuah perasaan yang mengandung preferensi dan keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya dorongan dari luar. Pada dasarnya, minat ialah hasil dari pengenalan diri terhadap sesuatu yang berada di luar diri. Semakin erat atau kuat hubungan ini, semakin besar pula minatnya. ⁷²	1) Minat Transaksional 2) Minat Referensial 3) Minat Preferensial 4) Minat Eksploratif	<i>Likert</i>

⁷¹ Sisca et al., *Pemasaran : Dasar Dan Konsep*.Hal 95

⁷² Sundahry et al., *Variabel Penelitian Bidang Pendidikan*.Hal 18

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau tujuan penelitian dikenal sebagai data primer. Strategi pengumpulan informasi penting dapat menggabungkan studi atau persepsi dan biasanya digunakan dalam pemeriksaan eksplorasi, ekspresif, atau kausal.⁷³ Data primer penelitian ini berasal dari survei yang diberikan kepada responden melalui Google Form. Metode pengumpulan data ini melibatkan penyediaan serangkaian pernyataan yang mencakup berbagai aspek kepribadian individu, dan data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis untuk mendapat informasi yang relevan.⁷⁴ Responden mengisi kuesioner secara sukarela dan tanpa paksaan apa pun.

Dalam penelitian ini, ada dua kategori pernyataan: terstruktur dan tidak terstruktur. Pernyataan yang tegas, tegas, dan terbatas merupakan ciri-ciri pertanyaan terstruktur. Penguji dalam penelitian ini menilai cara pandang, sikap, dan pandangan masyarakat atau kelompok terhadap fenomena sosial yang ditelitinya dengan menggunakan skala Likert.⁷⁵ Jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden akan diberi skoring antara lain :

- a. “Sangat setuju (SS)” dengan skor 5
- b. “Setuju (S)” dengan skor 4
- c. “Netral (N)” dengan skor 3
- d. “Tidak setuju (TS)” dengan skor 2
- e. “Sangat tidak setuju (STS)” dengan skor 1

2. Data Sekunder

Informasi yang dikumpulkan dari sumber lain atau dari penyelidikan sebelumnya disebut sebagai data sekunder. Data sekunder ini biasanya berasal dari sumber tidak resmi seperti catatan resmi, arsip, buku, jurnal, artikel dari website, internet, dan sumber data terpercaya yang berkaitan dengan

⁷³ M.Sc. Dr. Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, ed. Abubakar Arif and Wibowo (Jakarta: PT. Grasindo, 2005). Hal 173

⁷⁴ Susilo Raharjo and Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Nontes* (Jakarta Timur: Prenada Media Group, 2022).Hal 94

⁷⁵ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, ed. Ika Fatria (Sleman: Deepublish Publisher, 2018).Hal 38

pertanyaan penelitian. Peneliti memanfaatkan data sekunder ini sebagai dukungan dipenelitian mereka.

G. Teknik Analisis Data

1. Statistik deskripsi

Statistik deskriptif ialah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau memberi penjelasan terkait objek penelitian tanpa mencapai suatu kesimpulan atau makna tertentu. Dalam statistik deskriptif, data dapat disajikan melalui berbagai cara, seperti tabel, grafik, perhitungan rata-rata (mean), median, modus, diagram lingkaran, serta standar deviasi.⁷⁶

2. Uji Instrumen

Peneliti menerapkan uji instrumen dipenelitian ini, yaitu diantaranya :

a. Uji Validitas

Proses uji validitas, pada dasarnya, ialah cara untuk menilai apakah pertanyaan yang digunakan dipenelitian benar-benar sah atau tidak. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung (koefisien korelasi antara item pertanyaan dan total skor) dengan nilai rtabel yang sesuai. Untuk memastikan apakah item pertanyaan mendorong penelitian atau tidak, nilai r yang dihitung dikonsultasikan. Butir pertanyaan dianggap valid, misalnya jika jumlah rhitung lebih besar dari rtabel dan bernilai positif (rhitung > rtabel = valid). Penelitian dapat memverifikasi keabsahan item pertanyaan dengan memanfaatkan df (derajat kebebasan) yang dihitung dengan $n-2$ (dimana n ialah jumlah responden).⁷⁷

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) dalam pengukuran merujuk pada sejauh mana konsistensi dipertahankan ketika menjalankan pengukuran berulang untuk gejala yang sama dengan menggunakan instrumen yang sama. Metode yang umum diterapkan dipenelitian ini ialah metode Cronbach alpha untuk menentukan apakah alat penelitian dapat diandalkan atau tidak ketika mendapat

⁷⁶ Ratu Ilma Indra Putri, Jeri Araiku, and Novita Sari, *Statistik Deskriptif*, ed. Jeri Araiku (Palembang: Bening Media Publishing, 2020).Hal 15

⁷⁷ Minar Ferichani, *Hedonisme Preferensi Dalam Mengkonsumsi Daging*, ed. Mahfud (Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2017).Hal 77

respons dari responden dalam bentuk skala, seperti skala 1-5, atau ketika menggabungkan penilaian sikap. Sebuah unit penelitian dianggap dapat diandalkan jika koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,06.⁷⁸

3. Uji Asumsi Klasik

Uji pra syarat digunakan untuk memahami sebaran data. Uji pra syarat yang digunakan dipenelitian ini, ialah antara lain:

a. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah variabel terikat dan bebas dalam model regresi berdistribusi normal maka dilakukan uji normalitas. Residu dalam model regresi yang dirancang dengan baik harus mempunyai distribusi normal.⁷⁹ Peneliti memanfaatkan analisis statistik dengan menggunakan metode uji one-sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan pertimbangan tingkat signifikansi sebesar 5%. Dalam uji normalitas, hasil distribusi yang dianggap normal ialah jika probabilitas asimptotik (Sig 2-tailed) memiliki nilai lebih besar dari 0,05 untuk membuat keputusan.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan guna menilai apakah didapati korelasi yang signifikan diantara variabel bebas dalam model regresi.⁸⁰ Untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinieritas dalam model regresi, Anda dapat menggunakan dua metode:1. Memeriksa nilai toleransi dan lawannya: Dalam model regresi, nilai toleransi ialah ukuran yang mengukur sejauh mana variabel bebas tidak berkorelasi satu sama lain. Nilai toleransi rendah atau nilai lawan toleransi yang tinggi dapat menampakkan adanya multikolinieritas.2. Menghitung Variance Inflation Factor (VIF): VIF ialah metode lain untuk

⁷⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, ed. Suwito (Jakarta: Kencana, 2013).

⁷⁹ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Untuk Menulis Skripsi & Analisis Data Dengan Spss* (Sleman: Deepublish Publisher, 2019).Hal 114

⁸⁰ Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).Hal 93

mengukur multikolonieritas. Nilai VIF yang tinggi menampakkan didapatinya korelasi antara variabel bebas dalam model regresi, yang dapat mengindikasikan masalah multikolonieritas. Dalam model regresi yang baik, penting untuk memastikan bahwasanya variabel bebas tidak berkorelasi yang kuat antara satu sama lain untuk menghindari efek negatif multikolinieritas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dengan memeriksa nilai VIF dan toleransi pada keadaan selanjutnya :

dalam analisis multicollinearity, jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1, itu menampakkan bahwasanya tidak ada masalah multicollinearity. Namun, jika nilai VIF melebihi 10 dan nilai toleransi kurang dari 0,1, itu menampakkan adanya gejala multicollinearity yang signifikan.⁸¹

c. Uji heteroskedastisitas

Dalam model regresi linier, uji heteroskedastisitas menentukan apakah residu bervariasi secara tidak merata untuk setiap observasi. Dalam analisis regresi linier, ada beberapa pengujian asumsi tradisional yang perlu dilakukan, salah satunya. Untuk tujuan prediksi, model regresi dianggap salah jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi.⁸² Uji heteroskedastisitas dijalankan guna memeriksa apakah ada penyimpangan dari asumsi klasik dalam regresi linier, khususnya apakah ada heteroskedastisitas dalam model tersebut. Hasil residual kemudian diubah menjadi nilai absolut untuk menghindari nilai residual negatif. Sebuah model regresi dianggap baik ketika mengikuti asumsi homoskedastisitas, yang berarti varian residual tetap. Ini penting karena jika varian tidak konstan, koefisien regresi bisa memiliki varian yang lebih besar. Dipenelitian ini, uji heteroskedastisitas dijalankan dengan metode Glejser. Jika nilai

⁸¹ Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Hal 38

⁸² Muhammad Yusuf and Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori Dan Aplikasi Dalam Bidang Periklanan*, ed. Ismail Marsuki (IPB Press, 2019).Hal 76

probabilitas lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 0,05$), maka model regresi dianggap bebas dari heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

Ada beberapa teknik uji hipotesis yang dipergunakan dipenelitian ini, yaitu :

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas disebut sebagai analisis regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh signifikan dari dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁸³ Analisis regresi dapat membantu Anda mengantisipasi nilai variabel dependen dengan lebih akurat dari variabel independen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen seperti harga, electronic word-of-mouth, dan daya tarik iklan (X1), X2, dan X3 mempengaruhi variabel dependen yaitu minat pengguna (Y). Satu variabel terikat dan tiga variabel bebas digunakan dalam penelitian ini. Dalam regresi linier berganda, rumusnya ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

Y : Minat pengguna

A : Konstanta

b1 : Koefisien regresi iklan

b2 : Koefisien regresi harga

b3 : Koefisien regresi *electronic word of mouth*

X1 : Iklan

X2 : Harga

X3 : *electronic word of mouth*

a. Uji Parsial (uji statistik t)

Uji ini untuk mengetahui signifikansi pengaruh independen variabel independen (X1, X2, X3)

⁸³ Suyono, *Analisis Regrsi Untuk Penelitian*, ed. Herlambang Rahmadani (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018).

terhadap variabel dependen (Y). Jika uji ini signifikan maka ditentukan dengan membandingkan nilai thitung dan ttabel. Penentuan nilai ttabel pada tingkat signifikansi (α) 0,05 menggunakan derajat kebebasan (df) yang dapat dihitung sebagai $(n - k - 1)$.

Kriteria uji:

1) H_0 diklaim diterima apabila:

- t hitung $>$ - t tabel atau t hitung $<$ t tabel dan sig $>$ 0,05

2) H_0 diklaim ditolak apabila:

- t hitung $<$ - t tabel atau t hitung $>$ t tabel dan sig $<$ 0,05.⁸⁴

b. Uji Simultan (Uji statistik F)

Uji F digunakan untuk mengidentifikasi apakah variabel-variabel penjelas (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Tujuan dari uji F ialah untuk menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel X dan variabel Y secara bersamaan. Dalam uji tersebut, terdapat dua kriteria yang digunakan untuk mengambil keputusan terkait pengaruh atau tidaknya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), yaitu:

1) (H_0) diklaim diterima atau tidak berpengaruh jika F hitung $<$ F tabel, dengan nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05.

2) Hipotesis nol (H_0) diklaim ditolak atau berpengaruh jika F hitung $>$ F tabel, dengan nilai signifikansi (sig) kurang dari 0,05.

c. Koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variasi variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). R^2 atau R square mencerminkan kemampuan variabel independen. Semakin tinggi nilai R square maka semakin baik variabel independen memprediksi variabel dependen, dengan rentan nilai antara 0 hingga 1 atau 0 hingga 100%. Skor tinggi

⁸⁴ Slamet Riiyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, ed. Ali Hasan Zein (Sleman: Deepublish Publisher, 2020).Ha 141

menandakan prediksi yang lebih akurat, sementara skor rendah mengidentifikasi keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen.

